



**PROGRAM SZKOLENIA: EFEKTYWNA SPRZEDAŻ**

**Termin i miejsce szkolenia: 13-14.04.2022r, Bydgoszcz**

Temat	Opis treści :
Wstęp	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prezentacja uczestnikom celów i metod warsztatów.</li><li>• Wprowadzenie w tematykę szkolenia – dyskusja moderowana.</li></ul>
Czym są techniki sprzedaży?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Podstawowe cele i założenia stosowania technik sprzedaży w bieżącej sytuacji i realiach rynkowych.</li><li>• Sprzedaż jako proces.</li><li>• Filozofia sprzedaży jako GRY.</li><li>• Etapy procesu sprzedaży i ich rola w efektywnej sprzedaży.</li></ul>
Efektywny handlowiec	<ul style="list-style-type: none"><li>• Czynności handlowca na poszczególnych etapach procesu sprzedaży.</li><li>• Kluczowe momenty w procesie sprzedaży.</li><li>• Efektywne porównywanie własnej oferty do ofert konkurencji.</li><li>• Przechwytywanie procesu sprzedaży od konkurencji.</li></ul>
Porozumiewanie się, podstawy rządzące komunikacją w sprzedaży.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Komunikacja werbalna i niewerbalna w kontakcie z klientem (co buduje wiarygodność i wzbudza zaufanie) Efekt pierwszego wrażenia – efekt aureoli.</li><li>• Budowanie relacji z klientem jako podstawa długofalowej sprzedaży, jak budować relacje z nowym klientem.</li><li>• Elementy analizy transakcyjnej w rozmowie z klientem. Jak efektywnie komunikować się z postawą „dorosłego” (ujednoczenie komunikatów, skierowanie komunikacji na fakty).</li><li>• Dostosowanie zachowania oraz stylu wypowiedzi do rozmówcy (odzwierciedlenie w kontaktach bezpośrednich, telefonicznych i on-line).</li><li>• Okazywanie zainteresowania i zrozumienia. Umiejętność aktywnego słuchania z zastosowaniem narzędzi aktywnego słuchania, praktyczne stosowanie parafrazy i klaryfikacji.</li><li>• Praktyczne metody do walki z barierami komunikacyjnymi w praktyce obsługi klienta.</li><li>• Czego oczekują Nasi klienci? – określanie najważniejszych standardów obsługi.</li></ul>
Przygotowanie do spotkania z klientem	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jak przygotować się do wizyty handlowej?</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Co powinno obejmować przygotowanie, co warto sprawdzić przed wizytą i mieć na wizycie u klienta (rola statystyki i liczb w sprzedaży).</li> <li>• Opcje awaryjne? posiadanie alternatywnych propozycji.</li> </ul>
Analiza potrzeb i rozpoznanie motywów podejmowania decyzji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza, rozpoznawanie oraz bieżąca aktualizacja potrzeb jako najskuteczniejsze narzędzie do tworzenia zindywidualizowanej oferty oraz poszukiwania dodatkowych szans sprzedażowych (PROAKTYWNOŚĆ w podejściu do klienta)</li> <li>• Pro aktywne podejście do klienta podczas analizy potrzeb – prezentacja i praktyczne możliwości zastosowania metody STEP.</li> <li>• Rodzaje pytań. Przygotowanie zestawu skutecznych pytań rozpoznających potrzeby, obawy i preferencje klienta.</li> <li>• Zrozumienie rozpoznania, jak wykluczyć interpretację zdiagnozowanych potrzeb klienta.</li> <li>• Rola aktywnego słuchania (słuchania ze zrozumieniem)</li> <li>• w analizie potrzeb.</li> </ul>
Prezentacja w języku korzyści	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cele i metody prezentacji, zasady prowadzenia prezentacji produktowych.</li> <li>• Przekładanie cech oferty na korzyści według schematów: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cecha - korzyść – dowód.</li> </ul> </li> <li>• Trzy kategorie korzyści i ich inwentaryzacja.</li> <li>• Przygotowanie i uporządkowanie perswazyjnej argumentacji.</li> <li>• Elementy autoprezentacji niezbędne w skutecznych prezentacjach produktowych.</li> </ul>
Psychologia osobowości klienta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Psychologia osobowości klienta : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekstrawertyzm/ introwertyzm i otwartość relacji.</li> <li>2. Skłonność do operowania faktami i danymi.</li> <li>3. Emocjonalność decyzji klienta.</li> <li>4. Stopień szczegółowości rozmowy.</li> <li>5. Podział na typy osobowości.</li> </ol> </li> <li>• Jak znajomość typu osobowości klienta pomaga skutecznie obsługiwać prezentować i zamykać sprzedaż z klientem.</li> <li>• Dopasowanie sposobu rozmowy w zależności od różnych konfiguracji osobowości handlowca i osobowości klienta – praktyczne zastosowanie.</li> <li>• Najczęściej popełniane błędy wynikające z różnicy w osobowości handlowca i osobowości klienta.</li> <li>• Wypracowywanie argumentów dostosowanych do określonych osobowości klienta – ćwiczenie warsztatowe w grupach.</li> </ul>
Techniki obrony ceny	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podejście do negocjowania ceny zasady.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metody i techniki argumentowania i obrony ceny:</li> <li>• Metoda bilansowania, cechy wyróżniającej, relatywizowania w stosunku do..., apel do emocji, odniesienie do zdiagnozowanych korzyści itd.</li> </ul>
Zamykanie sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jak skutecznie zamknąć sprzedaż z klientem w oparciu o wcześniej zebrane informacje.</li> <li>• Różnice w technikach zamknięcia z klientami reprezentującymi różne typy osobowości – podstawowe różnice</li> <li>• Prawa perswazji jako narzędzie do skutecznego zamykania sprzedaży :</li> <li>• Zasada autorytetu</li> <li>• Zasada wzajemności</li> <li>• Zasada podobieństwa</li> <li>• Zasada limitu</li> <li>• Zasada zaangażowania i konsekwencji</li> <li>• Zasada społecznego dowodu słuszności</li> </ul>
Podsumowanie szkolenia	Podsumowanie i zakończenie szkolenia.

#### **METODY PRAC:**

- Zajęcia teoretyczne i ćwiczenia praktyczne w zakresie prezentowanego materiału
- Interaktywny mini wykład
- Dyskusja moderowana.
- Ćwiczenia dla uczestników z opisem ich wykonania
- Burza mózgów
- Case study